

第 2 2 8 回 独占禁止懇話会の議事概要の公表について

令和 6 年 1 1 月 2 8 日

公 正 取 引 委 員 会

公正取引委員会は、経済社会の変化に即応して競争政策を有効かつ適切に推進するため、広く各界の有識者と意見交換し、併せて競争政策の一層の理解を求めることを目的として、独占禁止懇話会を開催しています。

このたび、以下のとおり開催した第 2 2 8 回独占禁止懇話会について、議事概要を取りまとめましたので公表します。

1 日時 令和 6 年 1 1 月 1 2 日（火） 1 0 時 0 0 分～ 1 2 時 0 0 分

2 場所 公正取引委員会 大会議室
（一部の会員については、オンライン方式で参加）

3 議題

- 令和 5 年度における企業結合関係届出の状況及び主要な企業結合事例
- 生成 A I に関する実態調査の実施
- 公正取引委員会の主な広報・広聴活動と課題

4 議事概要

各議題について、事務総局から説明を行い、会員から、大要別紙のとおり、意見・質問が出されました。

参考

独占禁止懇話会の最近の開催状況・配布資料等については、以下の URL から御覧ください。

https://www.jftc.go.jp/soshiki/kyotsukoukai/kenkyukai/dk-kondan/kaisai_r2.html

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局総務課

電話 0 3－3 5 8 1－5 4 7 6（直通）

ホームページ <https://www.jftc.go.jp/>

（「○」は会員の発言、「→」は公正取引委員会の応答）

1 令和5年度における企業結合関係届出の状況及び主要な企業結合事例

- モニタリングトラスティについては、業種やサービスによっても異なると思うが、どのような観点から選任しているのか。
- 例えば、専門的知見から、業界の規制等も確認しつつ、当事会社とコミュニケーションを取りながら、問題解消措置の実施を確実にするための役割を果たすことが可能かといった観点から選任することとなると考えられる。
- モニタリングトラスティについては、企業結合事案だけでなく、今後、確約制度についても活用する方針と事務総長会見で言及されたが、企業にとっては、かなりコストがかかるのではないかと考えられるが、更に検討すべき課題など、どのように考えればよいか。
- 専門家による監視を通じて、問題解消措置を確実に実施することで、競争を実質的に制限することとならないようになるというメリットがある。また、当事会社にとっても、業界によって特殊性もある中、専門家を介して当委員会とコミュニケーションを取ることができるという点も有意義であると考えられる。また、どのような事例であってもトラスティが必要というものではない。
- 企業結合事案以外の審査事件では、効果的かつ実効的な確約手続の運用という観点で、外部専門家による監視を積極的に活用する方針としたが、厳密に言えばケースバイケースであり、弁護士や弁護士法人の監視の下で従来の措置を採ることで十分な場合もあり、企業にとって必ずしも大きな負担になるとまでは考えていない。
- 株式会社大韓航空によるアジアナ航空株式会社の株式取得に関しては、どのような者がモニタリングトラスティとして選任されたのか。また、内部文書の活用については、一般的に当事会社の内部文書に限られるものではないと考えているが、第三者の内部文書も含まれているのか。
- 海外企業でモニタリングトラスティの経験豊富な専門的な事業者が選任されている。また、内部資料を活用した10件のうち、当事会社以外の第三者の内部文書を活用したかどうかについては確認できていないが、例えば、第三者の参入の意図があるかについて、内部で意思決定がされているのかを示してもらうことなどが想定される。
- モニタリングトラスティが、当事会社との間で独立した監視をできるか否かが重要であるとするが、独立性の確保に関してはどのように考慮されているのか。コンサルティングファームのレピュテーションに期待するのか、それともある程度、実質的に独立性を担保できるような基準があるのか。また、モニタリングトラスティは、海外企業・国内企業の両方があり得ると思うが、国内企業でも専門のコンサルティングファームは存在しているのか。

→ 選任された会社について、当事会社との利害関係等の各種情報の説明を受け、問題がないかどうかを判断している。また、国内企業でモニタリングトラスティを専門としたコンサルティングファームがあるかは承知していないが、弁護士事務所と会計事務所がチームを組んで対応することが可能な場合もあると考えられる。公正取引委員会と日本語でコミュニケーションが行えることも条件であり、実際に選任されたモニタリングトラスティの中には日本に拠点がある企業もある。

2 生成ＡＩに関する実態調査の実施

○ 生成ＡＩの問題は、膨大なデータの組合せでもたらされる影響に着目すべきではないかと考える。消費者問題の観点では、事業者と消費者の間の非対称性をもう一度クローズアップすべきという議論も始まっている。公正取引の観点からも、事業者と消費者の間の非対称性がより一層進む可能性もあるし、事業者間においても生成ＡＩを活用する事業者とそうでない事業者の間の非対称性という観点も問題になるのではないかと。「既存のデジタルサービスとＡＰＩ接続を通じた機能統合を行う動き」も進んでいるが、生成ＡＩを健全な形で経済・社会に実装させる観点からは、ビジネスでの活用や実装の具体的事例の収集と、それが競争や公正取引に与える影響についても着目すべきではないか。

○ 生成ＡＩについては、内閣府のＡＩ戦略会議やＡＩ制度研究会でも産業政策の視点から様々な検討が進んでいると認識しているが、公正取引委員会においても、事業者の生成ＡＩの活用、イノベーションの促進の観点も念頭に置いて、関係省庁と協力をして競争環境の整備について検討いただきたい。生成ＡＩに関する国内の技術者の育成や、海外への依存をどう低減できるか、安定的な供給とセキュリティの確保も念頭に置いた支援策が必要であるといった指摘や、セキュリティやガバナンスに関する人材も不足しているのではないかとといった指摘もある。今後、技術、政策、法律といった知識を持つ高度な人材の育成と確保が必要であると考えており、こうした点も今後の実態調査や政策立案においては検討いただきたい。諸外国で進展しているＡＩやデータに関する法制度が、日本企業に競争上の不利益をもたらす可能性がないかという懸念も示されており、データの扱いや連携の枠組みなど国際的な対応が日本企業の競争力に与える影響についても考慮いただきたい。今年のＧ７でＡＩ関連の情報発信を始め、今後の国際連携の方針についても関心が示されているが、国際的な協調の下で効果的な競争政策の展開を期待したい。

○ まだ情勢のはっきりしない現段階で、公正取引委員会が生成ＡＩについて実態調査に踏み切るとは大変意義がある。生成ＡＩは、深層学習のＡＩと比べて一般消費者に対して影響が強く及ぶものであるため、消費者に対する反競争的な行為という観点も将来的には加えていただきたい。消費者向けの取引について優越的地位の濫用の適用もあり得るという指針を既に定めており、生成ＡＩについても同様の発想が可能ではないか。生成ＡＩを巡る情勢は非常に急であり、取引透明化法やスマホ新法においても、生成ＡＩについては十分に規制や

議論の対象とされていない。将来のデジタルプラットフォーム政策の中において、既存法の中に埋め込んでいくのか、又は生成ＡＩ単体として新法を作っていくのか、近い将来において判断を迫られると考える。そうしたことも踏まえて、今後活発な調査が進むことを期待している。

○ 生成ＡＩに関する実態調査は時節にかなったものであり、期待している。世界的にもＡＩに関する議論は盛んに行われており、かつては自主的なルールや発展に任せていたものの、生成ＡＩが出てきた頃から、欧州を始め、法的な整備に踏み切ったという動きもみられたが、今回の実態調査の活用の仕方や今後のルールの方向性として、今後、競争政策という観点から、どのような可能性があるのか。健全な市場の確保という観点と潜在的なリスクに対する適切な対応が併せて必要であると考えており、そのような観点も含めて今後の方向性を伺いたい。また、他省庁とも連携してもらいたいと考えているが、恐らく消費者庁はＡＩの問題に余り関与していないと思うが、実態調査等も含めて、今後、消費者庁等との間でも連携を取っていただきたい。

○ 生成ＡＩのレイヤー構造の「モデル」のうち、大規模言語モデル（ＬＬＭ）が一番重要であると考えているが、本日の資料の「モデル」の下に、恐らくクラウドというレイヤーが必要である。大規模言語モデルは、グーグル、マイクロソフト、アマゾン、メタの４社にほぼ収束しつつあると考えられるが、特化型としてはカナダのコヒアがあり、日本語版の大規模言語モデルでは一番の水準になっている。生成ＡＩとなって抜本的に変化したのは、これまでは構造データが基本的にはデータの対象とされていたが、現在は非構造データ、具体的には、ＡＩカメラやセンサーを用いた画像認識、動画認識、音声認識等がデータの勝負所になっている。これまで以上にクラウド大手３社であるグーグル、マイクロソフト、アマゾン、加えて、メタの競争状況が強くなってくると考えている。

○ 「生成ＡＩを用いた並行行為」に関しては、どのようなイメージで調査するのか、どのような議論や論点の抽出を想定しているのか。

→ 実際に生成ＡＩの関連市場の中でどのような問題が生じているのかを把握したいと考えており、そのために一例として挙げたものであるが、意見募集・情報募集を通じて情報収集していきたい。

３ 公正取引委員会の主な広報・広聴活動と課題

○ 独占禁止法教室の実施状況について、受講者の理解力や社会人になるまでの期間という意味では、大学生の次に高校生が対象として重要であると考えている。高校での実施件数が中学校での実施件数よりも少ないのは、どのような理由か。また、ＳＮＳを用いた広報活動について、媒体による使い分け等について教えてもらいたい。

→ 独占禁止法教室は、元々中学校から始めたため、中学校の実施件数が多くなっているところ、新型コロナウイルス流行時において、大学ではオンラインで実施できたものの、高校ではオンラインが難しかったこともあり、高校の実施件数が減少したものである。一度継続的な関係性がなくなると翌年以降の実施が難しくなるため、高校の実施件数が減少したままになっている。今後、教育委員会に営業活動をしていきたい。SNSについては、YouTubeは長時間の動画も掲載できる一方、Xはショート動画しか掲載できないため、X等でキャッチーなショート動画を掲載し、興味を持って詳しく見たいという方にはYouTubeを見ていただくという使い分けをしている。

○ 公正取引委員会のウェブサイトの見やすさや分かりやすさが格段に向上しており、素晴らしいと思う。公正取引委員会のウェブサイトで発信される情報は、精度が高く信頼に足るものであるということを是非社会に知ってもらいたいと思っているため、今後、情報を受け取る側からの問い合わせへの対応、提供する情報への評価など、双方向のコミュニケーションについても工夫をしてもらい、積極的に広報活動を進めてもらいたい。

○ 講習会で使用されるテキストを重宝している。中小企業団体で1冊テキストを持っていると、会員の質問に答えられるということで大変好評である。また、フリーランス法の広報についても、国民的理解の増進に大きな影響を与えていると考えるため、現在のような広報を継続いただきたい。また、弁護士等との懇談会について、「弁護士等」とはどのような士業があるのか。

→ 弁護士以外では公認会計士や司法書士等との懇談会を実施している。

以 上

(文責：公正取引委員会事務総局)